



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y RELACIONES
Código: CMN0506
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2021 a Febrero-2022
Profesor: VALDEZ APOLO MARIA BELEN
Correo electrónico: bvaldez@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	0	0	96	160

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Comunicados de prensa, Ruedas de Prensa, Boletines de Información, folletos, comunicación empresarial 2.0 La organización como ser social. Naturaleza y evolución de las Relaciones Públicas, Distintos públicos involucrados.

Identifica distintas herramientas de comunicación para mejorar las relaciones entre la organización y sus públicos.

Reconoce la naturaleza de las relaciones existentes entre la organización y los distintos públicos vinculados y aplica herramientas de las relaciones públicas en la organización.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Palabras y conceptos clave, Historia, personajes y primeros casos de las relaciones públicas, estereotipos.
1.2	Las relaciones públicas como proceso (IACE)
1.3	Periodismo, publicidad, marketing y comunicación integrada
1.4	Áreas profesionales, funciones del rrpp, competencias esenciales y perfil profesional
1.5	Nuevas tendencias de las relaciones públicas
2.1	El papel de las asociaciones profesionales, La Sociedad de Relaciones Públicas de América, La Asociación Internacional de Relaciones Públicas
2.2	Códigos deontológicos, Códigos para situaciones específicas. Otros pasos hacia la profesionalidad
3.1	La estructura corporativa y el rol de las relaciones públicas. Organización de los departamentos
3.2	Niveles de influencia
3.3	Estructura de las consultoras de relaciones públicas y servicios ofrecidos
3.4	Honorarios y gastos
3.5	Medios propios, ganados, comprados
4.1	Técnicas de investigación y nuevas técnicas de investigación

4.2	Bibliotecas bases de datos electrónicas
4.3	Divulgar encuestas y sondeos en los medios
5.1	Dirección por objetivos
5.2	Modelo de planificación estratégica
5.3	Elementos de la planificación
6.1	Comunicación en campaña y comunicación diaria
6.2	la comunicación con los públicos internos y externos
6.3	Línea discursiva uniforme y coherente
6.4	Los cinco elementos de la comunicación
6.5	El proceso de adopción en cinco pasos
6.6	Cómo se influye en las decisiones
7.1	Medición de la exposición al mensaje
7.2	Impactos en los medios tradicionales y digitales.Clipping.Analythics
7.3	Estadísticas en redes sociales, conversiones, pixel Facebook.Retorno de la inversión (ROI)
7.4	Medición del grado de concienciación del público.Medición de la actitud del público.Medición de la acción del público
8.1	Los líderes de opinión.Formular mensajes persuasivos
8.2	Investigación sobre persuasión.Factores de la comunicación persuasiva.La ética de la persuasión
9.1	El rol de las relaciones públicas en la gestión de conflictos
9.2	Sistema para gestionar los conflictos
9.3	Matriz de factores de contingencia
9.4	El ciclo de vida de la gestión de conflictos.Gestión de conflictos potenciales
9.5	Plan de acción. Cómo comunicar en situaciones de crisis
9.6	Gestión de la reputación.Restauración de la imagen
10.1	Públicos internos y externos.Públicos según género, edad, etnia, estilo de vida
10.2	Públicos según generaciones
10.3	Minorías. Público digital
10.4	Canales y medios
11.1	Evitar las demandas por difamación. Invasión de la privacidad
11.2	Publicity de un producto y publicidad.Propiedad intelectual.Responsabilidad jurídica en la organización de eventos
11.3	Propiedad intelectual en la web. Licencias de uso libre.
12.1	Relaciones públicas digitales.Las redes sociales.El community manager.La prensa digital
12.2	Relaciones públicas con los medios masivos (Prensa, televisión, radio)
12.3	Comunicados de prensa.El dossier de prensa.Convocatorias de prensa.
12.4	El arte de proponer una noticia
12.5	Ruedas de Prensa.Giras de medios. Entrevistas y portavoces
13.1	Planificación.Logística. Invitaciones
13.2	Recepciones y cócteles, congresos
13.3	Actos promocionales.Salas de prensa y relaciones con los medios
14.1	Competencia, conflicto y cooperación

14.2	Asociaciones, grupos empresariales, sindicatos, Cámaras de Comercio, Grupos activistas + Campañas de salud, Organizaciones educativas, Universidades, Públicos clave Recaudación de fondos
------	--

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

bg. Reconoce la naturaleza de las relaciones existentes entre la organización y los distintos públicos vinculados y aplica herramientas de las relaciones públicas en la organización

-Identifica distintas herramientas de comunicación para mejorar las relaciones entre la organización y sus públicos.

-Evaluación escrita
-Proyectos
-Reactivos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Evaluación escrita	Capítulo 1. ¿Qué son las relaciones públicas?, Las relaciones públicas en la empresa, Ética y profesionalidad de las Relaciones públicas	APORTE	5	Semana: 4 (11-OCT-21 al 16-OCT-21)
Reactivos	examen de interciclo	Capítulo 1. ¿Qué son las relaciones públicas?, Comunicación, Evaluación, Investigación (IACE), Las relaciones públicas en la empresa, Planificación (IACE), Ética y profesionalidad de las Relaciones públicas	APORTE	10	Semana: 8 (08-NOV-21 al 13-NOV-21)
Proyectos	Plan de relaciones públicas	Capítulo 1. ¿Qué son las relaciones públicas?, Comunicación, Evaluación, Gestión de conflictos y crisis, Investigación (IACE), Las relaciones públicas en la empresa, Los canales y los públicos, Opinión pública y persuasión, Planificación (IACE), Ética y profesionalidad de las Relaciones públicas	APORTE	15	Semana: 15 (al)
Reactivos	Examen de reactivos	Capítulo 1. ¿Qué son las relaciones públicas?, Capítulo 13. Tácticas y herramientas, Comunicación, Evaluación, Gestión de conflictos y crisis, Investigación (IACE), Las relaciones públicas en la empresa, Los canales y los públicos, Opinión pública y persuasión, Organización de eventos, Planificación (IACE), Relaciones públicas y derecho, Tercer sector, salud y educación, Ética y profesionalidad de las Relaciones públicas	EXAMEN	20	Semana: 19 (24-ENE-22 al 28-ENE-22)
Reactivos	Examen supletorio de reactivos	Capítulo 1. ¿Qué son las relaciones públicas?, Capítulo 13. Tácticas y herramientas, Comunicación, Evaluación, Gestión de conflictos y crisis, Investigación (IACE), Las relaciones públicas en la empresa, Los canales y los públicos, Opinión pública y persuasión, Organización de eventos, Planificación (IACE), Relaciones públicas y derecho, Tercer sector, salud y educación, Ética y profesionalidad de las Relaciones públicas	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (02-FEB-22 al 05-FEB-22)

Metodología

Descripción	Tipo horas
La metodología de trabajo se fundamentará en el aprendizaje significativo, para lo cual se utilizarán las siguientes herramientas pedagógicas. 1. Aprendizaje basado en problemas: el estudiante analizará de manera teórico-práctica los elementos que deben inferir en las estructura organizacional y elementos administrativos utilizando el conocimiento constructivista y crítico. 2. Clase magistral: el docente impartirá sus conocimientos mediante presentaciones audiovisuales que permitan a los estudiantes comprender y captar el contenido y el sentido de aplicación de la materia con el desarrollo de su profesión. 3. Trabajos prácticos individuales: durante el desarrollo de a clase y utilizando medios informáticos se hará llegar a los estudiantes planteamientos de resolución de trabajos, los cuales deberán ser desarrollados de manera escrita por los mismos. 4. Aprendizaje Colaborativo: cada vez que se aborde un tema por parte del docente se ejecutarán ejercicios de aplicación práctica, los cuales serán desarrollados de manera colaborativa, es decir, entre grupos de estudiantes con la tutela del docente	Autónomo

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Se evaluará la comprensión de los temas tratados en clases a través de reactivos y pruebas escritas.	Total docencia
Se evaluará la ortografía, teniendo en cuenta que por cada 3 faltas ortográficas o de concordancia se les resta un punto.	
Todos los trabajos deberán ser entregados con puntualidad y en la plataforma solicitada. En caso de no presentar a tiempo la nota automáticamente será de 0.	
Cada trabajo contará con una rúbrica para que el estudiante sepa las competencias a evaluar.	

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
D´Adamo, Orlando, Virginia García Beaudoux y Flavia Fleidenberg	Mc Graw Hill	Medios de comunicación y opinión pública	2007	
BARQUERO CABRERO, JOSE DANIEL	Gestion 2000	Relaciones públicas aplicadas al ámbito bursátil y su persuasión ante la opinión pública/ Manual de	1999	
Castro Zuñeda, Raúl	Publicaciones UP	"La opinión pública como el gran grupo de interés de las relaciones públicas"	2009	
FAJARDO, Gloria Consuelo; NIVIA, Adriana Marcela		Relaciones públicas y comunicación organizacional: Ejes de la comunicación" Guía de conceptos y saberes".	2016	978-958-725-193-7

Web

Autor	Título	Url
Génova, Antonio Ezequiel	Ceremonial: Empresarial Y Relaciones Públicas	http://site.ebrary.com/lib/uaswaysp/search.action?p00=protocolo+ceremonial+&fromSearch=fromSearch

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Jordi Xifra	Editorial Paidós	Planificación estratégica de las relaciones públicas	2005	9788449317781

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
BARQUERO CABRERO, JOSE DANIEL	Gestión 2000	Relaciones públicas aplicadas al ámbito bursátil y su persuasión ante la opinión pública/ Manual de	1999	
Castro Zuñeda, Raúl	Publicaciones UP	"La opinión pública como el gran grupo de interés de las relaciones públicas"	2009	
Cristina Aced	Editorial UOC	Relaciones públicas 2.0 . Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital	2013	8490292493
Dennis LWilcox Phillip Ault Warre K Agee Glen Cameron	Addison Wesley	Relaciones Públicas Estrategias y Tácticas	2001	84-7829-041-9
Dr. Paul Capriotti Peri Dr. Antonio Castillo Esparcia Dra. Mª Teresa García Nieto Dra. Mª Teresa Otero Alvarado Dr. Jordi Xifra Triadú	Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRP)	Las relaciones públicas de la sociedad del conocimiento	2010	978-84-693-2454-7
Yanyin Rincón	. Universidad Autónoma del Caribe, 12 (1), 47-59.	Comunicación Corporativa, Relaciones Públicas y Logística en la Dinámica Organizacional	2014	
María Soledad Muñoz	paraninfo	Protocolo y relaciones públicas 2.ª edición	2016	
Jordi Xifra Ferran Lalueza	Pearson	Casos de relaciones públicas y comunicación corporativa	2009	978-84-832-2240-9
Wilcox, Dennis; Glen Cameron; Jordi Xifra	Pearson	Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas	2012	978-84-8322-813-5

Web

Autor	Título	Url
Jordi Xifra	Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19	
Andrés Valdez Zepeda	Las relaciones públicas en las campañas electorales	
Daniel Gallardo	Medios, Publicidad Y Relaciones Públicas	http://site.ebrary.com/lib/uaswaysp/docDetail.action?docID=10316571&p00=relaciones%20publicas

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **15/09/2021**

Estado: **Aprobado**